



Die Corona-Pandemie hat den Lebensmitteleinzelhandel vor enorme Herausforderungen gestellt - und gleichzeitig den Weg in die digitale Zukunft beschleunigt. Jeder dritte deutsche Supermarkt oder Discounter verfolgt mittlerweile eine umfassende Digitalstrategie. Zum Vergleich: Im vergangenen Jahr waren es gerade einmal 14 Prozent. Und die Angst vor Digitalisierung in den Belegschaften geht massiv zurück. Das sind Ergebnisse der Studie „Supermarkt der Zukunft 2020“. Für die Studie hat das auf digitales Marktmanagement spezialisierte Unternehmen Responsive Acoustics (ReAct) im Juni eine Experten-Befragung unter Inhabern, Geschäftsführern und Marktleitern aus dem deutschen Lebensmitteleinzelhandel durchgeführt.

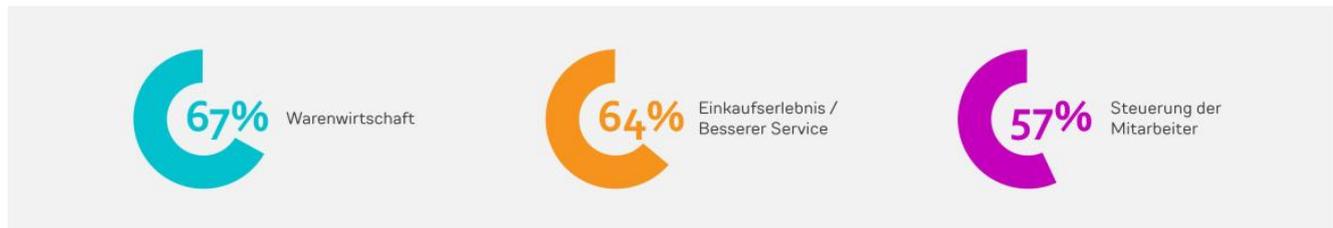
Hamsterkäufe, Abstandsregelungen und Hygienemaßnahmen haben im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) sowohl zu einem Umdenken als auch zu einem Digitalisierungsschub geführt. Nach eigener Einschätzung verfolgen aktuell bereits 32

Prozent eine umfassende Digitalstrategie, weitere 48 Prozent setzen immerhin schon digitale Einzelprojekte um. In der Vorjahresstudie besaßen lediglich 14 Prozent eine echte Digitalstrategie, knapp die Hälfte setzte auf einzelne Digital-Projekte.

WIE WEIT IST IHR UNTERNEHMEN BEIM THEMA DIGITALISIERUNG?



DIE DERZEIT WICHTIGSTEN DIGITALISIERUNGSFELDER



© Responsive Acoustics GmbH | Supermarkt der Zukunft 2020

„Viele Händler wurden vom Kundenansturm im März überrascht, konnten nicht alle Wünsche erfüllen und hatten zudem Probleme mit den Lieferketten. Die Folge: Während des Lockdowns wurde viel improvisiert. Dabei liegt der Schlüssel zu einer effizienteren Organisation und einer stärkeren Kundenorientierung im digitalen Marktmanagement – und genau dieses Potenzial wollen viele LEH-Unternehmer jetzt ausschöpfen“, sagt ReAct-Gründer Wilbert Hirsch.

Ganzheitliche Digitalisierung: Von der Warenwirtschaft bis zum Einkaufserlebnis

Von der Digitalisierung ist praktisch jeder Bereich im Einzelhandel betroffen. Die

Studienteilnehmer nannten Warenwirtschaft (67 Prozent), Einkaufserlebnis / Besserer Service (64 Prozent) und Steuerung der Mitarbeiter (57 Prozent) als die drei derzeit wichtigsten digitalen Themenfelder. „Auffällig ist, dass im Einzelhandel die Skepsis gewichen ist, und die Digitalisierung jetzt positiver bewertet wird“, hat Retail-Experte Hirsch beobachtet. „86 Prozent der Einzelhändler gehen davon aus, dass sich die Branche insgesamt durch die Digitalisierung in den kommenden drei Jahren positiv verändern wird. 2019 teilten nur 72 Prozent diese Ansicht.“

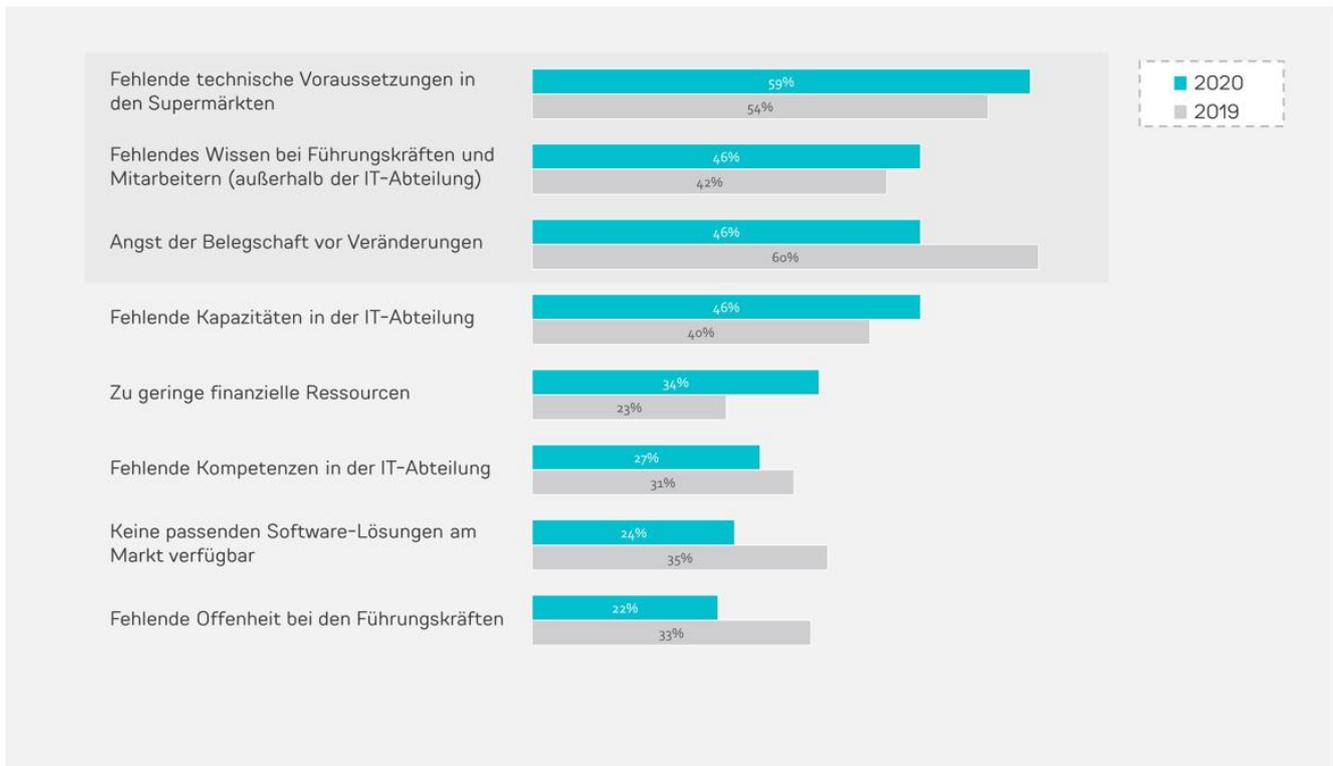
WIE WIRD SICH DER LEH DURCH DIE DIGITALISIERUNG IN DEN KOMMENDEN 3 JAHREN VERÄNDERN?



© Responsive Acoustics GmbH | Supermarkt der Zukunft 2020

Auch unter den Mitarbeitern nimmt die Skepsis ab. Im vergangenen Jahr nannten 60 Prozent der Befragten die Ängste der Belegschaft als größte Herausforderung für die Digitalisierung im LEH. Dieser Wert schrumpft vor dem Hintergrund der aktuellen positiven Digital-Erfahrungen auf nur noch 46 Prozent. Keine Fortschritte gab es hingegen bei den nach wie vor fehlenden technischen Voraussetzungen in vielen Supermärkten sowie dem noch immer fehlenden IT-Wissen bei Führungskräften und Mitarbeitern.

WAS SIND ALLGEMEIN DIE GRÖßTEN HINDERNISSE FÜR DIE DIGITALISIERUNG DES LEH?



© Responsive Acoustics GmbH | Supermarkt der Zukunft 2020

„Der Corona-Lockdown war in seiner Ausprägung sicherlich eine Ausnahmesituation. Aber in dieser Zeit wurden die Grenzen des traditionellen Marktmanagements gnadenlos offengelegt, während die Vorteile der Digitalisierung sich für Kunden wie Mitarbeiter gleichermaßen bezahlt gemacht haben“, fasst ReAct-Gründer Hirsch zusammen.

Beitragsbild: *Stockfoto - Lisa A/Shutterstock*